

---

『物流 Weekly』連載原稿

『日本ロジファクトリーの物流ケース・スタディー』

“社長！それは違います！” 第74回

---

<タイトル>

「社員教育のキーマンは誰だ?!」

<本文>

昨今、社員教育に力を入れる物流会社が増えている。これは人材不足、人手不足を背景に、内部戦力を強化することが得策であると判断し、人材の「外部調達路線」から「内部戦力育成路線」への転換が進んでいる結果だと思われる。

しかし、その内部戦力を育成する術が確立されていない会社が多い。育成する対象、課題、テーマの設定、開催期間、時期といった概略は作れるものの、主要な「育成する手段」「成長度合いを図る方法」「育成後のフォロー体制」この3点については暗中模索といった状況である。

の「育成する手段」については、当然ながらOJTだけではヒトは育たないため、座学研修や他社見学が不可欠である。の「成長の度合いを図る方法」は、研修後のアンケートやレポートの提出はもちろんのこと、一人ひとり面談を行い、「何を吸収したか」「どのように活かすか」「将来どのような現場や会社にしたいのか」などを直接話し合い、意識の確認と交換をすることが必要である。

の「育成後のフォロー体制」は、各社とも特にこれと言った妙案を持たない状態であるが、基本的には、育成の進め方が良ければおのずと結果は現れてくる。営業であれば「目標売上の達成率」や「受注件数」、現場であれば「商品事故件数の減少」「誤出荷の減少」「改善テーマの進捗具合」などに現れる。

育成の進め方が本人にとって消化不良になっている場合は、対象者一人ひとりに面倒見役としてサポーターをつけることをお勧めする。これは、組織上の上司でないことが大切である。直接の上司でない者がサポーターを務め、普段はなかなか言えない課題や悩みを確実に吸い上げ、指導を行うのが理想。また、育成によって成長が見込める、あるいは成長を遂げている人材には、社内研修での講師役を務めてもらう。皆の前に出て話すことが最も勉強になるからである。

最後に、育成の発案者、コンセプトをつくる者、このような人材を創りたいと想いを描く者、またその育成の進め方にこだわる者、軌道修正をする者、それはトップ！あなたの仕事です。

---